

PERANCANGAN BUSANA ANAK DENGAN APLIKASI TEKNIK *SURFACE TEXTILE* SERTA PERENCANAAN BISNISNYA

Erien Septiani¹, Rima Febriani², Sari Yuningsih³

¹²³Program Studi Kriya Tekstil dan Fashion, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu Bandung, 40257

*erienseptiani@student.telkomuniversity.ac.id*¹, *rimafebriani@telkomuniversity.ac.id*²,
*sariyuningsih@telkomuniversity.ac.id*³

Abstrak: Dilansir dari laman resmi Badan Pusat Statistik, sebanyak 66.362.800 jiwa anak membutuhkan pemenuhan kebutuhan sandang sehari-hari, maka tak heran banyak *local kidswear brand* yang bermunculan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa walaupun *local kidswear brand* banyak bermunculan, namun banyak juga yang tidak bertahan lama. Kegagalan *fashion brand* tersebut adalah kurangnya dalam memberikan karakteristik pada produk sehingga terkesan sama dengan *brand* lainnya dan tidak memberikan pengembangan desain lain. Dalam menampilkan karakteristik bisa dalam berbagai macam bentuk. Nilai seni adalah salah satu contohnya. Dalam kehidupan sehari-hari, nilai seni ini dapat dijumpai pada lukisan anak yang mampu menggambarkan karakteristik dari seniman anak tersebut. Melihat adanya potensi menampilkan karakteristik anak, memunculkan potensi untuk dapat diaplikasikan pada produk *kidswear* yang berpeluang bisnis. Adapun tujuan penelitian yakni memaksimalkan potensi *kidswear* dengan menghadirkan produk berkarakteristik untuk memenuhi minat dan kebutuhan pada masyarakat yang menerapkan gaya hidup *modern*. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data studi literatur, observasi, wawancara, eksplorasi dan tambahan teknik kuisioner. Hasil akhir penelitian ini berupa produk *kidswear* yang akan diaplikasikan teknik *surface textile*. Inspirasi diambil dari citra dunia anak, dihadirkan dalam bentuk pengayaan lukisan anak, proses pengerjaan bersama anak sehingga karakteristik anak-anak menjadi karakteristik kuat pada produk.

Kata kunci: perencanaan bisnis, *kidswear*, lukisan anak, *surface textile*

Abstract: Reporting from the official website of the Central Statistics Agency, as many as 66,362,800 children need to fulfill their daily clothing needs, so it is not surprising that many local kidswear brands have sprung up. Based on the results of interviews and observations, it can be concluded that although many local kidswear brands have sprung up, many of them do not last long. The failure of the fashion brand is the lack of giving characteristics to the product so that it seems the same as other brands and does not provide other design developments. In displaying characteristics can be in various forms. The value of art is one example. In everyday life, this artistic value can be found in children's paintings that are able to describe the characteristics of the child's artist. Seeing the potential for displaying children's characteristics, raises the potential to be applied to kidswear products that have business opportunities. The research objective is to maximize the potential of kidswear by presenting characteristic products to meet the interests and needs of people who apply a modern lifestyle. The research method uses qualitative methods with data collection techniques from literature study, observation, interviews,

exploration and additional questionnaire techniques. The final result of this research is a kidswear product that will be applied to surface textile techniques. Inspiration is taken from the image of the child's world, presented in the form of stylizing children's paintings, the process of working with children so that the characteristics of children become strong characteristics of the product.

Keywords: *business plan, kidswear, children's painting, surface textile*

PENDAHULUAN

Dilansir dari laman resmi Badan Pusat Statistik, sebanyak 66.362.800 jiwa anak membutuhkan pemenuhan kebutuhan terutama pada kebutuhan primer terutama kebutuhan sandang. Dengan adanya kebutuhan tersebut, maka tak heran pada dewasa ini banyak *fashion brand* yang bermunculan terutama pada *local kidswear brand*. Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan Caprina (2021), menyatakan bahwa walaupun *local kidswear brand* banyak bermunculan, namun sayangnya banyak juga *local kidswear brand* yang tidak bertahan lama. Disampaikan juga bahwa kemungkinan akan kegagalan *fashion brand* tersebut adalah kurangnya dalam memberikan karakteristik pada *brand* sehingga terkesan sama dengan *brand* lainnya dan tidak memberikan pengembangan variasi lain dari busana tersebut. Kemudian, dibuktikan dengan melakukan observasi langsung pada 5 lokasi *kidswear offline store* di Bandung dan observasi tidak langsung pada 103 *local/import kidswear brand/store* disalah satu media sosial, yang disimpulkan bahwa produk *kidswear* yang beredar pada masyarakat dewasa ini rata-rata menggunakan teknik *printing* dengan potongan busana *basic* serta variasi berupa *ruffles* dan *pleats* pada busana anak perempuan.

Melihat dari banyaknya penggunaan desain tekstil seperti teknik *printing* dan variasi *ruffles* atau *pleats* menunjukkan bahwa desain teknik yang digunakan bukan suatu hal yang menjadi karakteristik dari produk tersebut. Karakteristik produk sebenarnya dapat ditampilkan dalam beberapa cara dan salah satunya adalah bentuk nilai yang akan disampaikan pada *customer*. Contoh dari bentuk value/nilai tersebut seperti nilai seni. Dalam kehidupan sehari-hari, nilai seni ini

dapat dijumpai pada berbagai karya seperti seni rupa. Lukisan anak merupakan salah satu karya seni rupa anak yang menggambarkan karakteristik dari seniman anak tersebut. Hal ini juga disampaikan pula oleh Sobandi (2010), bahwa “apa yang digambarkan anak mencerminkan pribadinya, mengungkapkan apa yang diketahuinya dan tidak menggambar sesuai dengan kenyataan”. Setiyaningrum (2017) juga menyampaikan hal yang serupa yakni bahwa anak usia dini memiliki keterikatan pada lingkungan, imajinasi terhadap benda-benda dan peristiwa di lingkungan disekitar, serta mempercayai bahwa segala sesuatu yang berada disekitarnya memiliki jiwa seperti dirinya sendiri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, lukisan anak memiliki potensi yang dapat menampilkan karakteristik anak dan tentunya memiliki nilai seni.

Berdasarkan pemaparan data dan informasi diatas, terlihat adanya permasalahan pada kurangnya pengembangan produk *kidswear* yang memiliki karakter dengan memanfaatkan pengaplikasian teknik *printing* dan variasi *ruffles/pleats*. Peneliti juga melihat adanya potensi pada lukisan anak yang dapat diaplikasikan sebagai inspirasi dan penggayaan pembuatan motif. Dari permasalahan dan potensi yang ada, memunculkan potensi peluang bisnis pada produk *kidswear* yang memiliki karakter. Produk akan diaplikasikan teknik *surface textile (printing)* untuk pembuatan motif. Pembuatan motif dengan inspirasi dan penggayaan dari lukisan anak, diharapkan dapat memberikan produk yang menunjukkan karakteristik anak-anak. Kemudian, penelitian dilakukan guna memaksimalkan potensi *kidswear* dengan melakukan pengembangan desain pada *kidswear* berupa pembuatan motif dengan inspirasi dan penggayaan dari lukisan anak dengan teknik *surface textile (printing)* sehingga menampilkan karakteristik anak-anak. Selain itu, dapat memberikan perencanaan potensi peluang bisnis pada produk *kidswear* yang memiliki karakter untuk kebutuhan sandang sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif dalam mengumpulkan data dan informasi. Namun, dalam pengumpulan data mengenai minat dan kebutuhan *kidswear* pada *target market*, penulis menggunakan metode kuisisioner. Berikut adalah metode pengumpulan data yang akan dan telah dilakukan oleh penulis yakni :

1. Studi Literatur

Penulis menggunakan beberapa sumber sebagai sumber data sekunder seperti buku, diantaranya “Pengetahuan Dasar Seni Rupa” oleh Sofyan Salam, dkk yang membahas mengenai dasar-dasar seni rupa seperti unsur rupa dan prinsip desain. Kemudian, buku “*A Field Guide To Fabric Design : Design, Print & Sell Your Own Fabric : Traditional & Digital Techniques For Quilting, Home Dec & Apparel*” oleh Kimberly Kight yang membahas tipe-tipe motif, macam-macam repetisi motif, serta macam-macam arah dan rotasi motif. Pada bukunya juga dijelaskan mengenai berbagai macam teknik *printing* yang dapat digunakan dan salah satunya adalah *digital printing*. Lalu buku “Ilmu Tekstil” oleh Dewi Suliyanthini yang membahas ilmu dasar tekstil mengenai klasifikasi serat. Buku “Teori Busana-Cet.2” oleh Ariyanto menjelaskan mengenai klasifikasi busana berdasarkan penggolongan usia. Pembahasan mengenai busana anak diambil dari buku “*Clothing for Children and Teenagers*” oleh Noorsaadah Zakaria. Pada bukunya dijelaskan juga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi ukuran busana pada anak yang dilihat dari sudut pandang proses pertumbuhan dan perkembangan anak. Selain itu, perkembangan manufaktur dan peluang usaha akan busana anak disampaikan juga oleh Zakaria (2016) bahwa peningkatan secara signifikan pada pasar busana anak adalah adanya pengaruh besar dari anak-anak dalam pengambilan keputusan pembelian busana. Selanjutnya, buku “*A Practical Guide to Sustainable Fashion, 2E*” oleh Alison Gwilt menjelaskan mengenai praktik-praktik yang dapat diterapkan untuk mencapai *sustainable fashion*. Lalu, buku

“Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran” oleh Ujang Sumarwan menjelaskan mengenai gaya hidup konsumen yang mempengaruhi pada penjualan dan pembelian produk. Kemudian, buku “*Business Model Generation*” oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur menjelaskan mengenai aspek-aspek dalam perencanaan suatu bisnis.

Selain pengumpulan data sekunder melalui buku, penulis juga mengumpulkan data sekunder lain dari jurnal dan artikel, diantaranya jurnal berjudul “*The SCAMPER Technique*” oleh O. Serrat yang menjelaskan mengenai poin-poin dari SCAMPER itu sendiri. Lalu, jurnal yang berjudul “*Mengenal Periodisasi Perkembangan Seni Rupa Anak*” oleh Bandi Sobandi yang menjelaskan mengenai tahapan-tahapan perkembangan anak khususnya pada seni rupa. Kemudian, penulis mendapat informasi lebih mengenai gaya hidup baik dari jenis-jenis gaya hidup, faktor-faktor yang mempengaruhi, indikator dan pengukuran gaya hidup, serta tipe-tipe gaya hidup modern dari artikel *online* yang berjudul “*Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup*” oleh Muchlisin Riadi.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada Ibu Winny Caprina Irawan selaku CEO PT Jumma Multi Indonesia atau yang lebih dikenal dengan JummaKids. Tujuan dari wawancara ini adalah mengetahui perkembangan, persaingan serta peluang dari *local kidswear brand*, serta mengetahui lebih mengenai pengalaman beliau dalam menjalani *local kidswear brand*. Wawancara dilakukan pada tanggal 29 Oktober 2021. Hasil dari wawancara ini dapat disimpulkan, diantaranya adalah peluang bisnis akan selalu ada, tergantung bagaimana produsen tersebut mengidentifikasi *brand*-nya sehingga berbeda dengan produk busana lain. Banyaknya *local kidswear brand* yang bermunculan, namun banyak juga yang tidak dapat bertahan lama. Kegagalan tersebut kemungkinan besar disebabkan oleh kurangnya dalam menunjukkan karakteristik pada produk sehingga terkesan sama dengan *brand* lainnya dan tidak memberikan pengembangan desain pada *kidswear*. Selanjutnya,

narasumber juga membagikan pengalaman dalam mengelola bisnis busana anak, dimana motif yang paling diminati yakni motif fauna terutama *wild animal* dan dinosaurus. Untuk ukuran yang paling banyak dicari oleh konsumen adalah ukuran busana 4-11 tahun.

3. Observasi

Penulis melakukan beberapa observasi, diantaranya adalah mengunjungi JummaKids pada tanggal 14 Juli 2021 dan 3 September 2021. Hasil observasi yakni dapat mengetahui gambaran secara umum mengenai produksi produk *kidswear* dengan konsep *mass product* serta mengetahui alur distribusi produk dan macam-macam *merchandising* yang digunakan oleh JummaKids.

Kemudian, dilanjutkan dengan observasi pada 5 *kidswear offline store* (11 November 2021) dan 103 *kidswear online store* (26 Juli-9 November 2021). Hasil observasi dapat disimpulkan bahwa untuk rancangan produk *kidswear* yang berpotensi peluang bisnis dengan konsep busana yang memberikan kesan *fun*, *cheerful*, dan *creative*.

Lalu, observasi dilanjutkan dengan mengikuti *talkshow* bersama dengan The Babybirds pada tanggal 31 Juli 2021. Dari *talkshow* tersebut didapat informasi mengenai cara melakukan proses kreatif dalam pembuatan motif bersama dengan anak serta hal-hal yang harus diperhatikan dan bagaimana cara menciptakan karya yang orisinalitas dan berkarakter.

4. Eksplorasi Awal

Penulis melakukan uji coba atau eksplorasi awal dengan tujuan untuk mengetahui kemampuan serta potensi seni lukis hasil dari seniman anak. Dari eksplorasi awal ini dapat disimpulkan bahwa kemampuan seniman anak akan menggambar berada di atas rata-rata seusianya. Secara keseluruhan baik stilasi utama fauna serta stilasi pendukung lainnya dirasa sangat berpotensi untuk dikomposisikan kembali menjadi kesatuan motif yang menggambarkan karakteristik anak. Untuk eksplorasi lanjutan, dari keempat hasil gambar akan diambil menjadi stilasi motif

yang kemudian dibuat ke dalam beberapa komposisi motif. Ilustrasi motif yang digunakan berupa *hand-drawing* yang telah dihasilkan selama eksplorasi awal. Sehingga diharapkan komposisi motif menonjolkan karakteristik lukisan anak.

5. Kuisisioner

Penulis melakukan kuisisioner sebagai tambahan metode pengumpulan data untuk mendapatkan data dan informasi mengenai minat dan kebutuhan sehari-hari produk *kidswear* pada *target market* yang berpotensi. Dari pengumpulan data dengan metode ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden berjenis kelamin perempuan, berusia 20-40 tahun, sudah menikah, tinggal bersama dengan anak kecil (0-11 tahun), terbiasa melakukan pembelian secara *online*. Memilih produk *kidswear* dengan kriteria nyaman, berkualitas, harga terjangkau, ukuran busana lebih besar, busana dapat digunakan dalam kegiatan dan musim apapun. Memiliki minat pada busana berbahan dasar kain katun dengan aplikasi motif fauna pengayaan *seamless pattern*. Harapan responden yakni busana yang diproduksi mempresentasikan karakteristik anak-anak, mengikuti perkembangan zaman, dapat digunakan dalam kapanpun dan dimanapun serta memiliki variasi baik dari segi ukuran, warna, motif dan desain. Selain itu, menggunakan material kain yang berkualitas serta nyaman untuk digunakan.

HASIL DAN DISKUSI

Analisa Perancangan




Dari pengumpulan data literatur, data primer dan sekunder, serta data eksplorasi awal dapat diambil sebagai analisa perancangan yakni merancang *kidswear* yang memiliki karakter sebagai pemenuhan kebutuhan sandang sehari-hari bagi mereka yang menerapkan gaya hidup *modern*. Perancangan akan menggunakan material serat alam dan mengaplikasikan inspirasi lokal sebagai inspirasi dalam pengolahan material. Inspirasi lokal yang diambil adalah fauna khas (endemik) dan

dilindungi di Indonesia serta dihadirkan dalam bentuk lukisan karya anak sehingga *value* dan karakteristik anak dapat menjadi karakteristik yang kuat pada produk dengan menampilkan kesan *fun*, *cheerful*, dan *creative*. Teknik *surface textile* yang akan digunakan berupa teknik *digital printing* serta tambahan elemen dekoratif busana lainnya seperti *ruffles* dan *pleats*.

Konsep Perancangan

Konsep perancangan didasarkan kebutuhan akan produk *kidswear* yang memiliki karakteristik untuk pemakaian sehari-hari bagi mereka yang menerapkan gaya hidup *modern*. Dapat disimpulkan bahwa, konsep busana yang dihadirkan merupakan pengembangan busana anak dengan teknik *surface textile* (*digital printing*), variasi (*ruffles* dan *pleats*) dan penerapan pendekatan mode berkelanjutan. Dari konsep perancangan yang ada, divisualisasikan ke dalam sebuah moodboard yang berjudul "Talenta". Terinspirasi dari kekayaan alam Indonesia yakni fauna endemik yang beraneka ragam dan dunia imajinasi dari anak-anak. Dunia fauna menggambarkan dunia yang paling dekat dengan dunia anak-anak sehingga dengan inspirasi fauna tersebut dapat menambah *image* dan karakteristik anak pada busana. Selain itu, imajinasi serta kreativitas anak-anak yang dituangkan dalam lukisan akan menghasilkan karakteristik anak yang kuat. Sehingga diharapkan dapat memberikan keoriginalitas serta desain motif yang berbeda dengan motif lainnya. Pemilihan warna-warna pastel yang lembut, dan berwarna-warni menggambarkan karakteristik anak yang polos, lembut, optimisme, ceria dan menyenangkan.

Dengan menerapkan pendekatan-pendekatan *sustainable fashion* (*simple*, *classic*, *timeless*, dan berkualitas baik), maka dalam pembuatan motif dihadirkan dengan peng gayaan yang *minimalist* namun tetap terlihat *artistic*. Desain busana yang dihadirkan dalam bentuk potongan busana *basic* dengan tambahan detail dan variasi *ruffles* (pada busana anak perempuan). Untuk material yang digunakan


| | | |
|----|--|--|
| | | Motif pilihan pertama pada busana anak perempuan |
| 3. |  | <p>Tema Nelayan Berlayar</p> <p>Ukuran : 60 cm x 60 cm, 300 dpi Arah motif: <i>One-way Print</i> Tipe Pengulangan : <i>Square Repeat</i></p> <p>Motif pilihan pertama pada busana anak laki-laki</p> |
| 4. |  | <p>Tema Teman dan Taman Bermain</p> <p>Motif Teman-2</p> <p>Ukuran: 60 cm x 60 cm, 300 dpi Arah motif: <i>One-way print</i> Tipe Pengulangan: <i>Square Repeat</i></p> <p>Motif pilihan kedua pada busana anak laki-laki</p> |
| 5. |  | <p>Tema Piknik di Taman</p> <p>Motif Piknik-2</p> <p>Ukuran: 60 cm x 60 cm, 300 dpi Arah motif: <i>One-way Print</i> Tipe Pengulangan: <i>Brick Repeat</i></p> <p>Motif pilihan ketiga pada busana anak perempuan</p> |






Sumber: dokumentasi penulis (2022)

Desain Produk Terpilih

Dari konsep perancangan yang ada, dilanjutkan dengan perancangan busana dengan pengayaan desain busana yang *attractive, cheerful, fun, creative*, dan kesan *artistic* dari motif terpilih, yakni sebagai berikut:

Tabel 2 Sketsa desain produk terpilih

| NO | DESAIN BUSANA | DESKRIPSI |
|----|---|--|
| 1. |  | <p>Desain Busana Anak Perempuan – Pilihan Pertama</p> <p>Busana anak perempuan berupa <i>Mid-Length dress</i>, kerah <i>crew</i>, bukaan pada bagian belakang (<i>invisible zipper</i>), saku <i>welt</i> pada bagian dada kiri, detail bagian ujung lengan berupa segitiga memanjang, siluet <i>A-line</i>, <i>ruffles-layering</i> bagian bawah <i>dress</i></p> |
| | | |

| | | |
|----|---|---|
| 2. |  | <p>Desain Busana Anak Perempuan – Pilihan Kedua</p> <p>Busana anak perempuan berupa <i>Midi-Length dress</i>, kerah <i>crew</i>, bukaan pada bagian depan (kancing), saku pada bagian samping kanan dan kiri busana, <i>ruffles</i> yang mengelilingi dada dan tangan, <i>ruffles</i> pada bagian bawah dress</p> |
| 3. |  | <p>Desain Busana Anak Perempuan – Pilihan Ketiga</p> <p>Busana anak perempuan berupa <i>Midi-Length dress</i>, kerah <i>crew</i>, bukaan pada bagian belakang (<i>invisible zipper</i>), <i>ruffles</i> + kancing pada bagian badan kanan dan kiri, bentuk setengah lingkaran pada bagian bawah dress</p> |
| 4. |  | <p>Desain Busana Anak Laki-Laki – Pilihan Pertama</p> <p>Busana anak laki-laki dengan atasan berupa kemeja berkerah, bukaan kancing pada bagian depan busana, <i>detail tuck/side pleats</i> yang dijahit pada bagian kanan kemeja. Bawahan berupa <i>peg top pants</i>, <i>full length</i>, karet pada bagian pinggang, detail jahitan pada bagian bawah celana dan saku pada bagian samping lutut kanan dan kiri</p> |
| 5. |  | <p>Desain Busana Anak Laki-Laki – Pilihan Kedua</p> <p>Busana anak laki-laki dengan atasan berupa kemeja dengan kerah kotak besar hingga bagian pinggang dengan <i>detail tuck/side pleats</i> serta kancing, bukaan pada bagian 11undak (<i>invisible zipper</i>). Bawahan berupa <i>straight pants</i>, <i>full length</i>, karet pada bagian pinggang, detail <i>tuck/side pleats</i> pada bagian kanan, saku pada bagian atas kanan dan kiri.</p> |
| 6. |  | <p>Desain Busana Anak Laki-laki – Pilihan Ketiga</p> <p>Busana anak laki-laki dengan atasan berupa kemeja kerah ikat, bukaan kancing pada bagian depan busana, detail <i>tuck/side pleats</i> yang dijahit pada bagian atas kemeja. Bawahan berupa <i>straight pants</i>, <i>full length</i>, karet pada bagian pinggang, <i>detail tuck/side pleats</i> yang dijahit pada bagian lutut kiri dan saku pada bagian atas kanan dan kiri.</p> |

Sumber: dokumentasi pribadi (2022)

Validasi Kesesuaian *Sustainable Fashion*

Proses dilanjutkan dengan memproduksi desain busana dengan eksplorasi terpilih, Dari proses produksi, menghasilkan produk *kidswear* yang juga memperhatikan pendekatan *sustainable fashion* namun tetap dapat memberikan kesan yang *attractive, cheerful, fun, creative*, dan kesan *artistic* dari motif terpilih, Berikut adalah validasi kesesuaian produk:

Tabel 3 Validasi kesesuaian produk dengan prinsip pendekatan *sustainable fashion*

| No | Kriteria <i>Kidswear</i> | Prinsip Pendekatan <i>Sustainable Fashion</i> | <i>Brand</i> Penelitian | Checklist |
|----|--|--|--|-----------|
| 1. | Spesifikasi busana anak yakni sebisa mungkin busana dirancang praktis, nyaman, menggunakan bahan kain yang menyerap keringat, ramah lingkungan, dan pewarna busana yang aman secara kimiawi. (Zakaria, 2016) | Merancang desain busana untuk umur yang panjang atau tahan lama (berkualitas baik), menggunakan material yang mungkin berdampak rendah pada lingkungan, dapat didaur ulang dan dapat terurai secara hayati (Gwilt, 2020) | Desain busana anak yang dapat memberi ruang untuk bergerak serta bertumbuh sehingga nyaman digunakan, menggunakan bahan kain berbahan dasar serat alam dan berkualitas baik, serta menggunakan kain cetak <i>digital printing</i> memastikan biro jasa <i>digital printing</i> bersertifikat OEKO-Tex. | √ |
| 2. | Untuk pemilihan kain dan desain busana baik dari motif maupun model busana sebaiknya disesuaikan dengan aktivitas yang dilakukan (Riyanto, 2003) | Merancang desain busana dengan mewujudkan fungsi tertentu sehingga pemakai akan menggunakan busana dengan cara tertentu (Gwilt, 2020) | Desain busana anak yang dapat digunakan pada berbagai macam aktivitas anak (dimanapun) dan dapat digunakan pada musim apapun (kapanpun) | √ |
| 3. | Apabila perkembangan anak usia 1-6 tahun dikaitkan dengan busana yang digunakan, busana dapat menjadi salah satu alat atau media | Merancang desain busana yang <i>timeless aesthetic</i> , memanfaatkan metode distribusi yang lebih ramah lingkungan dan bekerja sama dengan | Desain motif busana dengan konsep <i>minimalist</i> serta bekerjasama dengan seniman anak lokal. Hasil motif dan desain busana akan diproduksi dan | √ |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | untuk mengembangkan pengetahuan dan kreativitas anak (Riyanto, 2003) | desainer atau komunitas lokal yang berhubungan dengan ranah desain (Gwilt, 2020) | bekerjasama dengan biro jasa <i>digital printing</i> lokal serta biro jasa jahit lokal | |
|--|--|--|--|--|

Sumber: dokumentasi pribadi (2022)

Visualisasi Produk dan *Merchandising*

Produk yang divisualisasikan ada dua desain yakni busana anak perempuan dan busana anak laki-laki. Untuk busana anak perempuan berupa *dress*. Untuk busana anak laki-laki, dihadirkan dalam atasan kemeja dan bawahan celana. Selain itu produk, visualisasi juga dilakukan pada *merchandising*, sebagai berikut:



Gambar 2. Produk busana anak perempuan

Sumber: dokumentasi penulis (2022)



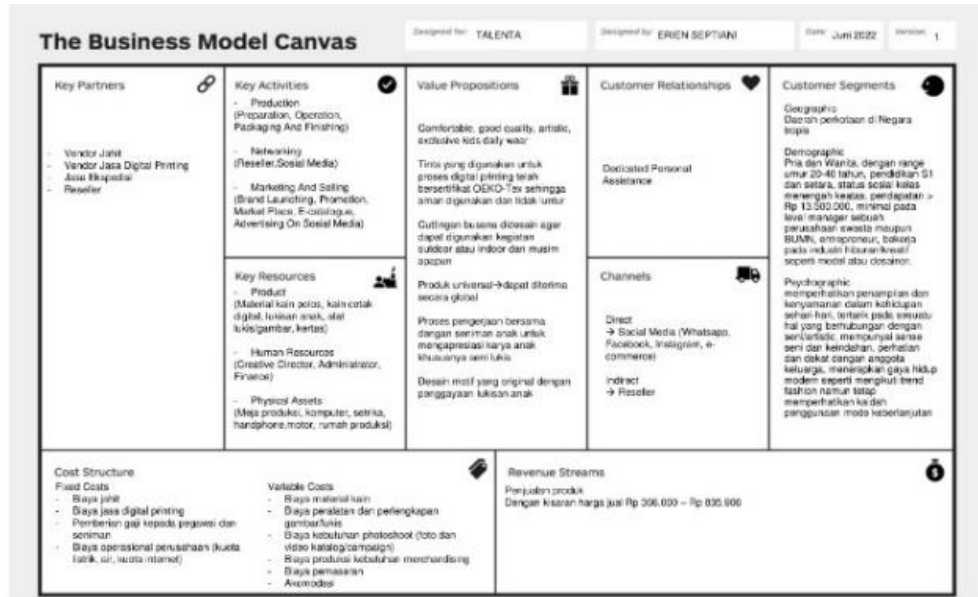
Gambar 3. Produk busana anak laki-laki

Sumber: dokumentasi penulis (2022)



Gambar 4. Macam-Macam *Merchandising*

Sumber: dokumentasi penulis (2022)

Business Model CanvasGambar 5. *Business model canvas*

Sumber: dokumentasi penulis (2022)

Tabel *Business Model Canvas* terlampir pada lampiran untuk lebih jelas. Berikut adalah rincian dari table business model canvas secara detail:

1. *Customer Segment* (Segmentasi Pelanggan)
 - a. Geografis : tinggal di Kota Metropolitan seperti Jakarta dan Surabaya. Fasilitas umum yang dekat dengan daerah tempat tinggal dan mudah dijangkau. Daerah tempat tinggal tersedia jaringan internet yang baik.
 - b. Demografis : Pria atau Wanita berusia 20-40 tahun, sudah atau belum menikah, tinggal bersama dengan anak-anak berusia 4-9 tahun. Memiliki pendidikan minimal sudah menempuh S1 terutama bidang bisnis, *management*, *marketing*, dan industri kreatif. Memiliki pekerjaan minimal pada *level manager* di sebuah perusahaan swasta maupun BUMN, *entrepreneur*, *influencer*, bekerja pada industri hiburan/kreatif seperti model atau desainer.

Status sosial kelas menengah atas pada masyarakat dengan pendapatan > Rp 13.500.000,00 (*Salary Survey Report, 2021*)

C. Psikografis : Pria atau Wanita yang menyukai sesuatu yang nyaman, memperhatikan penampilan, tertarik pada sesuatu hal yang berhubungan dengan seni/*artistic*, serta mempunyai *sense* seni dan keindahan. Memiliki perhatian dan kasih sayang lebih terutama anak atau adik. Dalam kehidupan sehari-hari menerapkan gaya hidup *modern*. Selain itu, tentunya *target market* juga memperhatikan kaidah pada *sustainable fashion* seperti

2. *Value Proposition* (Proporsi Nilai)

Value yang ditawarkan adalah menghadirkan produk *kidswear* dengan memperhatikan pendekatan mode berkelanjutan. Produk menggunakan material kain berbahan dasar serat alam yang memiliki kualitas baik dan nyaman digunakan. Inspirasi yang merepresentasikan *image* dunia anak-anak, ditambah dengan *local content*, dihadirkan dalam bentuk pengayaan lukisan karya anak, serta proses pengerjaan bersama seorang anak, menghasilkan produk *kidswear* yang memiliki *value* dan karakteristik anak yang kuat. Dengan begitu, selain memberikan keoriginalitas motif pada produk. Produksi menggunakan vendor jasa *printing* yang bersertifikat Oeko-Tex, sehingga kain aman digunakan oleh anak-anak. Kemudian, dari segi potongan busana dapat digunakan dalam kegiatan apapun dan musim apapun, nyaman, dan memberikan ruang bergerak aktif.

3. *Channels* (Saluran Proses Komunikasi)

Proses komunikasi antara *customer* dengan *brand* dilakukan secara langsung via *online (direct)* melalui media sosial untuk keperluan konten, promosi dalam bentuk ads maupun kirim pesan (WhatsApp, Instagram, Facebook dan *e-commerce*). Selain itu, proses komunikasi juga dilakukan secara tidak langsung baik secara *online* maupun *offline* dengan bantuan *reseller*. Dalam hal ini, *reseller* membantu dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk.

4. *Customer Relationship* (Hubungan Dengan Pelanggan)

Hubungan dengan pelanggan akan dibantu oleh seorang *customer service* yang dapat dihubungi dan berbicara langsung dengan para *customer* dengan memanfaatkan media sosial baik chat melalui WhatsApp, *direct message* pada Instagram, fitur *chat* langsung dengan *customer* pada *e-commerce*. Harapannya komunikasi antara *brand* dan *customer* berjalan baik, meningkatkan kepercayaan *customer* pada *brand* serta menumbuhkan loyalitas *customer* akan pembelian produk pada *brand*.

5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

Keuntungan yang diambil sebanyak 100% untuk kebutuhan operasional perusahaan. Profit sebesar 100% digunakan untuk 30% kebutuhan biaya produksi, 30% kebutuhan biaya gaji, dan 40% kebutuhan biaya *marketing*. 10% dari kebutuhan biaya *marketing* akan diberikan untuk seniman anak yang berkontribusi. *Activity kit* yang diberikan sudah termasuk ke dalam kebutuhan biaya. Maka dari itu, arus pendapatan didapat dari penjualan yang dimulai dari kisaran harga Rp 366.000-Rp 835.900

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Sumber daya utama untuk kebutuhan produk berupa material kain polos, material kain cetak *digital*, lukisan anak, alat lukis/gambar, dan kertas. Secara fisik, aset yang dimiliki terdiri dari meja produksi, satu set komputer, setrika, smartphone, motor, dan rumah produksi. Untuk membantu *brand* dapat berkembang perlu adanya tambahan sumber daya manusia yang kompeten, maka adanya sumber daya manusia seperti *creative director* (produksi), *administrator/customer service* (*networking*), serta *finance* (keuangan).

7. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Aktivitas kunci dari brand yakni proses produksi, *networking*, serta pemasaran dan penjualan. Tahapan-tahapan yang harus dilalui yakni persiapan, operasional, *finishing* dan *packaging*. Untuk proses *networking*, akan dilakukan oleh *customer service/administrator*. Kemudian, untuk tahapan proses pemasaran dan

penjualan, dilakukan oleh *finance*, agar biaya yang dibutuhkan untuk keperluan pemasaran bisa langsung diatur oleh *finance* sehingga modal yang dikeluarkan bisa lebih efektif.

8. *Key Partnership* (Kemitraan Kunci)

Dari aktivitas kunci, disesuaikan dengan kebutuhan proses berjalannya *brand* antara lain vendor jasa jahit, vendor jasa *digital printing*, *reseller* serta vendor jasa ekspedisi. Vendor jasa jahit untuk kegiatan produksi busana, vendor jasa *digital printing* untuk kegiatan produk material kain motif, *reseller* membantu meningkatkan penjualan dan pemasaran produk, dan vendor jasa ekspedisi untuk membantu dalam proses pendistribusian produk agar sampai dengan baik kepada konsumen.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Fixed costs:

1. Biaya jasa jahit
2. Biaya jasa *digital printing*
3. Pemberian gaji kepada pegawai dan seniman
4. Biaya operasional perusahaan (kuota internet/*wi-fi*, kuota listrik, air)

Variable costs:

1. Biaya material kain
2. Biaya peralatan dan perlengkapan gambar/luka
3. Biaya kebutuhan *photoshoot* (foto dan video katalog/campaign)
4. Biaya produksi kebutuhan *merchandising*
5. Biaya pemasaran
6. Akomodasi

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengembangan desain pada *kidswear* berupa pembuatan motif dengan inspirasi dan pengayaan dari lukisan anak memberikan karakteristik anak-anak. Karakteristik semakin lebih terlihat dengan proses pengerjaan pembuatan stilasi motif bersama dengan anak dan inspirasi diambil dari

image dunia anak yang dipadupadankan dengan kearifan lokal. Dari segi pembuatan ilustrasi dan cara pemberian warna yang dilakukan anak secara *hand-drawing* juga memberikan keunikan (khas) dan tekstur dari media warna yang digunakan. Sehingga motif yang dihasilkan memiliki keoriginalitas dan berbeda dengan motif yang lainnya.

Kemudian, rancangan komposisi motif akan diterapkan ke dalam salah satu teknik *surface textile* terutama pada teknik *printing*. Dari hasil eksplorasi yang dilakukan oleh peneliti, teknik *digital printing* dirasa lebih efektif, efisien, serta berpotensi untuk memproduksi produk dalam jumlah yang banyak. Walaupun menggunakan teknik *digital printing*, dalam menghasilkan produk yang berkualitas baik tetap harus memperhatikan bahan dasar kain yang digunakan karena berpengaruh pada penggunaan tinta.

Selanjutnya untuk teknik *printing* lainnya seperti *screen printing*, bisa menjadi pilihan alternatif aplikasi teknik *surface textile* lainnya. Namun, tetap harus diperhatikan kembali dari segi desain hingga proses pengerjaan dan selektif pada pemilihan pihak vendor yang akan membantu. Hal ini dikarenakan produk yang akan diproduksi adalah produk *kidswear* yang dimana harus tetap diperhatikan dari sisi keamanan bahan kain/lainnya serta kenyamanan produk saat digunakan.

2. Hasil pengembangan produk dari segi desain dan motif yang telah dihasilkan memberikan potensi peluang bisnis. Potensi peluang bisnis ini dituangkan ke dalam 9 aspek pada *business model canvas*. Perencanaan bisnis didapat dari beberapa data hasil pengumpulan data seperti data literatur, primer, eksplorasi, *brand* pembanding, dan hasil produksi. Potensi peluang bisnis ini pula didukung dengan penambahan beberapa *merchandising*. Dengan didukung *merchandising* yang sesuai, tentunya akan membantu dalam kegiatan *marketing* dengan merepresentasikan dan pengenalan visual dari karakteristik pada produk kepada para *customer*. Pada penelitian kali ini,

dengan menonjolkan *value* akan karakteristik anak-anak maka konsep dan visualisasi *merchandising* menyesuaikan *value* tersebut .

DAFTAR PUSTAKA

Bowles, M. (2015). *Print, Make, Wear: Creative Projects for Digital Textile Design*. Laurence King Publishing Ltd.

Fardhani, A. Y. S. (2015). *Pengolahan Motif Gambar Anak Usia 4 - 6 Tahun dengan Teknik Batik*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/102930/pengolahan-motif-gambar-anak-usia-4-6-tahun-dengan-teknik-batik.html>

Gwilt, A. (2020). *A Practical Guide to Sustainable Fashion, 2/E*. Bloomsbury Publishing, Inc.

Hadisurya, I., Pambudy, N. M., & Jusuf, H. (2019). *Kamus Mode Indonesia*. Penerbit Buku Kompas.

Hasanah, U. (2011). *Membuat Busana Anak*. Rosdakarya.

Kight, K. (2011). *A Field Guide To Fabric Design : Design, Print & Sell Your Own Fabric : Traditional & Digital Techniques For Quilting, Home Dec & Apparel*. C&T Publishing, Inc.

Masela, M. S. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup Modern Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja Sma Wisnuwardhana Malang*. *Psikologis*, 21(1), 28–42.
<https://psikovidya.wisnuwardhana.ac.id/index.php/psikovidya/article/download/63/54>

Nadine, Z. (2020). *Penerapan Zero Waste Fashion Pada Ekplorasi Pola Busana Anak Dalam Upaya Berkelanjutan*.
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/164771/penerapan->

zero-waste-fashion-pada-ekplorasi-pola-busana-anak-dalam-upaya-berkelanjutan.html

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc.

Poespo, G. (2018). *A to Z Istilah Fashion*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Riadi, M. (2018). *Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup*. <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html>

Riyanto, A. A. (2003). *Teori Busana - Cet. 2*. Yapemdo.

Salam, S., Sukarman, Hasnawati, & Muhaimin, M. (2020). *Pengetahuan Dasar Seni Rupa*. Badan Penerbit UNM Universitas Negeri Makassar.

Serrat, O. (2017). *The SCAMPER Technique*. In *Knowledge Solutions: Tools, Methods, and Approaches to Drive Organizational Performance*. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9>

Setyaningrum, E. (2017). *Buku Ajar Tumbuh Kembang Anak Usia 0-12 Tahun*. Indomedia Pustaka.

Sobandi, B. (2010). *Mengenal Periodisasi Perkembangan Seni Rupa Anak-Anak*. 1–22. https://www.researchgate.net/publication/265661473_MENGENAL_PERIODISASI_PERKEMBANGAN_SENI_RUPA_ANAK-ANAK

Suliyanthini, D. (2016). *Ilmu Tekstil*. PT RajaGrafindo Persada.

Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran -2/E*. Ghalia Indonesia.

Utami, A. R. (2020). *Perancangan Leisure Wear Untuk Memenuhi Kebutuhan Hijab*

Flashpacker.

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/161416/perancangan-leisure-wear-untuk-memenuhi-kebutuhan-hijab-flashpacker.html>

Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. CV Pustaka Setia.

Zakaria, N. (2016). *Clothing For Children And Teenagers: Anthropometry, Sizing And Fit*. In *Woodhead Publishing Series in Textiles: Number 183*. Elsevier Ltd.

<https://doi.org/10.1016/c2014-0-02599-3>

